

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata di Indonesia sangat luas, unik dan beragam. Setiap provinsi di Indonesia mempunyai tempat wisatanya masing-masing yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke daerahnya. Menurut Agung (2019), pariwisata adalah bisnis yang mencakup bidang kegiatan yang sangat besar dan kompleks. Pariwisata kini tidak hanya menjadi kepentingan perjalanan hiburan dan rekreasi, tetapi juga merupakan kepentingan sosial dan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan manusia. Tempat wisata di Indonesia telah berkembang menjadi salah satu tempat untuk gaya hidup dan bisnis yang menguntungkan. Pariwisata yang merupakan hobi di masyarakat ini mampu memberikan banyak manfaat bagi negara, masyarakat dan lingkungan, seperti menciptakan lapangan pekerjaan baru, perbaikan infrastruktur, fasilitas umum dan lainnya. Hal ini membuktikan bahwa kawasan pariwisata di Indonesia memiliki banyak keunggulan, keunggulan tersebut dapat diperoleh dengan memaksimalkan semua potensi pariwisata yang ada.

Kabupaten Solok merupakan salah satu daerah di Sumatera Barat yang memiliki potensi besar untuk didatangi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara karena memiliki sejumlah objek yang unik dan wisata yang beragam. Kabupaten Solok memiliki wisata yang melimpah, tempat wisata yang

bervariasi seperti wisata alam, wisata budaya, wisata religi dan wisata lainnya. Dengan begitu banyaknya potensi wisata yang ada, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok telah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan pariwisata. Pengembangan suatu daerah tujuan wisata adalah untuk menawarkan produk wisatanya dan memberikan pelayanan oleh pihak pengelola (Ferniza, 2017). Salah satu upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok dalam melakukan pengembangan pariwisata agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah dengan melakukan promosi wisata.

Satria (2018) menjelaskan bahwa promosi adalah salah satu variabel bauran pemasaran yang paling penting bagi perusahaan dalam mengiklankan dan memasarkan produk dan layanan mereka. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan kegiatan pembelian atau menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi adalah suatu kegiatan di bidang pemasaran berupa komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang berisi berita, yang mempengaruhi, membujuk konsumen agar melakukan pembelian tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk dan jasa yang dihasilkan oleh produsen, semua aktivitas tersebut berfungsi untuk meningkatkan jumlah pendapatan dengan menarik konsumen untuk membuat keputusan.

Promosi wisata sangat penting untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Keberadaan destinasi wisata tidak akan diketahui oleh wisatawan tanpa adanya promosi dan pemasaran pariwisata yang baik. Salah satu upaya untuk mempromosikan pariwisata adalah

dengan menyelenggarakan even-even yang di kolaborasikan dengan pertunjukan seni dan budaya yang dikemas dalam paket-paket wisata. Menurut Rohman dan Prananta (2018), even didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu maupun kelompok yang terikat oleh adat, budaya, tradisi, dan agama yang berlangsung untuk tujuan tertentu dan melibatkan lingkungan masyarakat yang berlangsung pada waktu tertentu. Penyelenggaraan even sebagai upaya promosi wisata sangat berpengaruh karena ada keterlibatan pelanggan didalamnya. Sebab pemasaran even bersifat *personal* sehingga setiap even yang diadakan pasti akan memberikan kesan mendalam kepada setiap orang yang hadir. Sebelumnya, even dipandang sebagai pelengkap kegiatan komunikasi lainnya karena perusahaan masih sangat bergantung pada kegiatan periklanan media massa. *Event marketing* merupakan salah satu prioritas pemasaran yang menginformasikan konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menarik konsumen untuk membeli. *Event marketing* adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan dan dirancang untuk menarik perhatian dan melibatkan suatu *brand* melalui pelaksanaan kegiatan berupa budaya, olahraga, sosial dan lainnya (Anandito, 2021). Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa *event marketing* adalah kegiatan yang disponsori atau diselenggarakan oleh perusahaan untuk menciptakan interaksi yang berhubungan dengan merek.

Salah satu *event* yang menjadi icon daerah di Kabupaten Solok adalah *event* Festival 5 Danau. Festival 5 Danau merupakan even yang telah berlangsung sejak 2018 hingga sekarang. Even Festival 5 Danau ini telah dilakukan secara rutin selama 4 tahun terakhir diadakan dari bulan Maret s.d April dan berisi multi

even. Even ini dikolaborasikan dengan hari jadi Kabupaten Solok. Festival 5 Danau juga menjadi simbol pesona dan keunikan pariwisata di Kabupaten Solok, karena merupakan satu-satunya kabupaten atau kota di provinsi Sumatera Barat yang memiliki 5 danau, bahkan di Indonesia. Tujuan diselenggarakannya even Festival 5 Danau ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dalam dan luar Kabupaten Solok, meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat di bidang pariwisata dengan merangsang kegiatan ekonomi di tempat wisata, homestay, restoran dan hotel serta memberikan peluang investasi kepada investor.

Festival 5 Danau diawali dengan berkembangnya Festival Danau Singkarak dan Danau Kembar pada tahun 2008. Saat itu, festival ini tercatat mendapat rekor muri, dimana pariwisata di Kabupaten Solok akhirnya mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Adanya even ini tidak lepas dari awal perkembangan Tour De Singkarak, suksesnya even Festival Danau Singkarak dan Danau Kembar menyebabkan disetujuinya sebuah even bertaraf internasional yaitu Tour De Singkarak yang awalnya dibiayai sepenuhnya oleh pemerintah pusat. Even Festival Danau Singkarak dan Danau Kembar ini kemudian menjelma menjadi acara Festival 4 Danau pada tahun 2015. Seiring dengan terinventarisnya jumlah danau di Kabupaten Solok. Pada tahun 2018, lahirlah even dengan nama Festival 5 Danau sebagai even tahunan hingga sekarang.

Dari permasalahan diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa upaya pemerintah dalam mengembangkan pariwisata adalah dengan melakukan promosi pariwisata dengan penyelenggaraan even. Salah satunya penyelenggaraan even Festival 5 Danau yang telah menjadi icon daerah di Kabupaten Solok. Dengan mengadakan Even Festival 5 Danau ini bertujuan agar dapat

meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten Solok. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian untuk membuat Tugas Akhir ini dengan judul “Penerapan Even Festival 5 Danau dalam Promosi Wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka perumusan masalah dalam penulisan ini yaitu bagaimana penerapan even festival 5 danau dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok?

1.3 Tujuan Penelitian

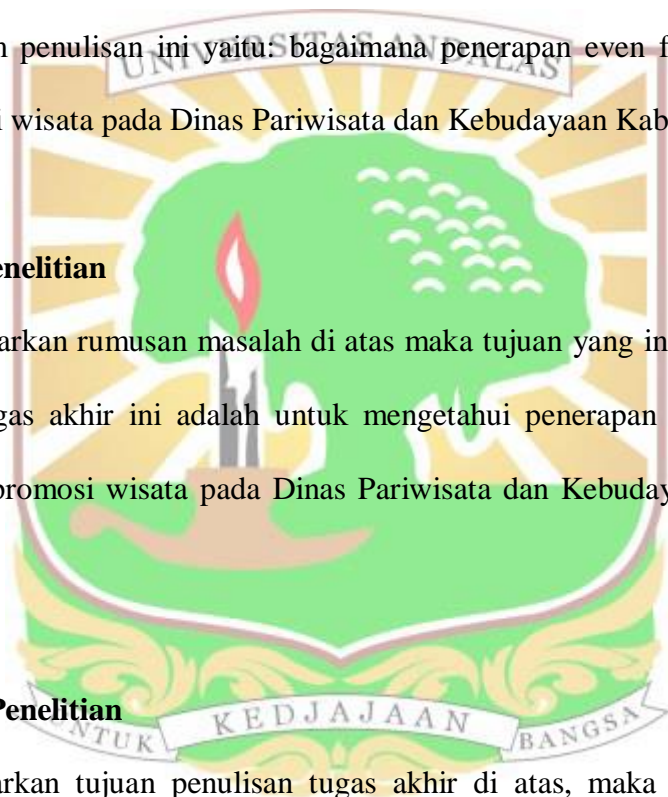
Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan even festival 5 danau dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan tugas akhir di atas, maka tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Tugas akhir yang ditulis oleh penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pemasaran pariwisata dalam kemajuan sektor pariwisata daerah.



2. Manfaat praktisi

Bagi pemerintah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dijadikan acuan dalam menjalankan profesi sesuai dengan peran dan fungsinya dan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kegiatan promosi wisata sehingga mampu memajukan sektor pariwisata daerah.

1.5 Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian yang sesuai dengan judul tugas akhir penulis yaitu Even Festival 5 Danau dalam Promosi Wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan selama 40 hari kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dengan menganalisis hasil wawancara dan observasi tentang even festival 5 danau dalam promosi wisata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara dengan kepala bidang pemasaran pariwisata dan kasi promosi pariwisata. Selain itu, dengan cara melakukan observasi yakni dengan mengamati, merekam, mencatat, dan mengumpulkan data secara langsung di lapangan mengenai bagaimana even festival 5 danau dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok dan terakhir dengan melakukan studi pustaka melalui sumber-sumber literatur.

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan tugas akhir ini, yaitu hanya berfokus mengenai penerapan even festival 5 danau dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun denah lokasi penelitian yang dipilih sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas yang akan dibahas yaitu di Kantor Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Solok, Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Solok, Jl. Raya – Solok – Padang Km. 20. Kec. Gunung Talang, Kab. Solok, Sumatera Barat, sebagai tempat untuk melaksanakan kuliah kerja lapangan/magang selama 40 hari kerja.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai isi dari tugas akhir ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, ruang lingkup pembahasan, tempat dan waktu penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini berisikan tentang konsep dan landasan teori pendukung yang berkaitan dengan teori inti yang menjadi dasar pemikiran dalam penulisan penelitian melalui sudut pandang konseptual berdasarkan judul yang akan dibahas oleh penulis pada penelitian.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok mulai dari profil dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Solok, logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok, visi

dan misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok, struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok serta fungsi dan uraian tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil studi lapangan selama di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok yang menyangkut tentang penerapan even festival 5 danau dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dan pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok.

